

The Effect Of Service Quality, Perception Of Convenience, And Transparency Of Taxation On The Decision To Pay Taxes With Trust As An Intervening Variable For Taxpayers At Kpp Pratama Medan Petisah

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan, Dan Transparansi Perpajakan Terhadap Keputusan Membayar Pajak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Wajib Pajak Di Kpp Pratama Medan Petisah

Defry Dian Hamonangan P. Tondang ¹⁾, Kiki Farida Ferine ²⁾, Husni Muharram Ritonga ³⁾

¹⁾Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi

^{2,3)}Magister Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi

Correspondence Author: kikifaridaferine@dosen.pancabudi.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [22 Juli 2026]

Revised [29 Agustus 2026]

Accepted [31 Agustus 2026]

KEYWORDS

Service Quality; Tax
Transparency; Trust

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](#)
license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan terhadap keputusan membayar pajak dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah wajib pajak orang pribadi aktif di Kelurahan Sunggal, Kelurahan Sei Sikambing B, dan Kelurahan Tanjung Rejo. Sampel penelitian berjumlah 389 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak. Ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan wajib pajak. Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak serta mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan terhadap keputusan membayar pajak. Nilai R-square menunjukkan bahwa model menjelaskan kepercayaan sebesar 29% dan keputusan membayar pajak sebesar 43,1%. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan membayar pajak dapat diperkuat melalui pelayanan yang berkualitas, sistem yang mudah digunakan, informasi yang transparan, dan kepercayaan terhadap otoritas pajak.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, perception of convenience, and transparency of taxation on the decision to pay taxes, with trust as an intervening variable in taxpayers at KPP Pratama Medan Petisah. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research population is active individual taxpayers in Sunggal Village, Sei Sikambing B Village, and Tanjung Rejo Village. The research sample totaled 389 respondents who were determined using the Slovin formula with an error rate of 5%. Primary data was collected through a Likert scale questionnaire. Data analysis was carried out using Partial Least Squares Structural Equation Modeling with the help of SmartPLS 3.0. The results of the study show that the quality of service, perception of convenience, and transparency of taxation have a positive and significant effect on the decision to pay taxes. These three variables also have a positive and significant effect on taxpayer confidence. Trust has been proven to have a positive and significant effect on the decision to pay taxes and can mediate the influence of service quality, perception of convenience, and transparency of taxation on the decision to pay taxes. The R-square value shows that the model explains trust by 29% and the decision to pay taxes by 43.1%. These findings confirm that tax payment decisions can be strengthened through quality services, easy-to-use systems, transparent information, and trust in tax authorities.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara dan menentukan kapasitas pemerintah dalam membiayai pembangunan. Sampai 30 April 2024, Direktorat Jenderal Pajak mencatat 14.186.630 SPT Tahunan PPh telah disampaikan atau 73,61% dari total wajib SPT, sementara target rasio kepatuhan tahun 2024 ditetapkan sebesar 83,2% dari 19,2 juta wajib SPT (Direktorat Jenderal Pajak, 2024). Kesenjangan antara realisasi dan target tersebut menunjukkan bahwa keputusan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pembayaran tetap menjadi persoalan penting, terutama ketika kepatuhan formal belum sepenuhnya mencapai sasaran.

Pada tingkat layanan, KPP Pratama Medan Petisah melayani wilayah Medan Petisah, Medan Sunggal, dan Medan Helvetia serta menyediakan berbagai kanal administrasi dan konsultasi perpajakan, termasuk layanan elektronik seperti E-Faktur, E-SPT, E-Billing, komunikasi daring, dan dukungan penggunaan sistem perpajakan digital (Direktorat Jenderal Pajak, n.d.). Konteks ini membuat pengalaman layanan, kemudahan penggunaan sistem, dan keterbukaan informasi menjadi bagian yang langsung dirasakan wajib pajak ketika mengambil keputusan untuk memenuhi kewajiban perpajakan.

Kualitas pelayanan merefleksikan kemampuan otoritas pajak memberikan layanan yang andal, responsif, meyakinkan, dan empatik. Penilaian positif atas layanan dapat menurunkan hambatan interaksi dan memperkuat keyakinan wajib pajak terhadap institusi. Suryantara dan Setyawan (2023) menempatkan kualitas layanan sebagai dimensi penting dalam evaluasi pengalaman wajib pajak, sedangkan Remilan et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan otoritas pajak dan transparansi pajak berhubungan positif dengan kepatuhan. Pada sisi digital, persepsi kemudahan menentukan sejauh mana sistem pajak dipandang mudah dipelajari dan digunakan; Masdar (2024) menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam penggunaan layanan elektronik.

Transparansi perpajakan juga berperan karena wajib pajak membutuhkan informasi aturan, prosedur, perubahan kebijakan, dan pengelolaan pajak yang jelas. Al-Maghrebi et al. (2022) menegaskan bahwa transparansi, kekuasaan otoritas, dan kepercayaan merupakan determinan yang saling berhubungan dalam kepatuhan pajak, sedangkan Hidayah dan Puspitosari (2024) menunjukkan bahwa persepsi atas efisiensi dan transparansi pengeluaran pemerintah berkaitan dengan perilaku kepatuhan. Kepercayaan kemudian menjadi mekanisme psikologis yang menghubungkan pengalaman administratif dengan tindakan; Appiah et al. (2024) dan Set dan Putri (2025) menunjukkan pentingnya kepercayaan kepada pemerintah atau otoritas pajak dalam mendorong kemauan serta kepatuhan membayar pajak.

Kajian terdahulu umumnya menguji kualitas pelayanan, kemudahan sistem, transparansi, atau kepercayaan secara terpisah dengan keluaran berupa kepatuhan, minat menggunakan sistem, atau kemauan membayar. Belum banyak kajian yang menempatkan kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan secara simultan sebagai antecedent keputusan membayar pajak serta menguji kepercayaan sebagai jalur intervening pada wajib pajak KPP Pratama Medan Petisah. Kesenjangan tersebut penting karena keputusan membayar merupakan bentuk respons perilaku yang lebih dekat dengan tindakan dibandingkan persepsi atau sikap semata.

Kebaruan penelitian terletak pada integrasi tiga pengalaman utama wajib pajak - mutu pelayanan, kemudahan sistem, dan transparansi informasi - dalam satu model yang menempatkan kepercayaan sebagai mekanisme penghubung menuju keputusan membayar pajak. Penelitian ini secara eksplisit bertujuan menganalisis pengaruh langsung kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan terhadap kepercayaan dan keputusan membayar pajak, menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan membayar pajak, serta menilai peran mediasi kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.

LANDASAN TEORI

Keputusan Membayar Pajak

Keputusan membayar pajak dalam penelitian ini dipahami sebagai kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban pembayaran sesuai ketentuan. Saptono dan Khozen (2023) menjelaskan bahwa niat atau keputusan kepatuhan individu dipengaruhi oleh pertukaran fiskal yang dirasakan, moral pajak, persepsi keadilan, kompleksitas perpajakan, dan kekuatan otoritas. Karena itu, keputusan membayar tidak hanya merefleksikan kewajiban hukum, tetapi juga evaluasi wajib pajak atas manfaat, keadilan, kemudahan, dan otoritas sistem perpajakan. Dengan demikian, keputusan membayar pajak dapat dipandang sebagai hasil dari pertimbangan wajib pajak terhadap berbagai aspek yang membentuk persepsi dan niat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin positif penilaian wajib pajak terhadap manfaat yang diterima, keadilan sistem, kemudahan dalam memenuhi kewajiban, serta otoritas perpajakan, semakin besar kemungkinan wajib pajak mengambil keputusan untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan membayar pajak tidak semata-mata didasarkan pada adanya kewajiban hukum, tetapi juga dipengaruhi oleh penilaian dan pertimbangan subjektif wajib pajak terhadap sistem perpajakan yang diterapkan..

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencerminkan penilaian wajib pajak terhadap mutu layanan yang diterima. Suryantara dan Setyawan (2023) mengoperasionalkan kualitas layanan melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam konteks perpajakan, layanan yang cepat, akurat, ramah, responsif, dan solutif dapat mengurangi biaya psikologis maupun administratif yang dirasakan wajib pajak. Remilan et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan otoritas pajak berkaitan positif dengan

kepatuhan, sehingga kualitas pelayanan diperkirakan berpengaruh langsung terhadap keputusan membayar sekaligus membentuk kepercayaan.

Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif kepada wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Pelayanan yang mudah dipahami, konsisten, dan mampu memberikan solusi atas permasalahan perpajakan dapat meningkatkan keyakinan wajib pajak bahwa otoritas pajak menjalankan tugasnya secara profesional dan dapat diandalkan. Kepercayaan tersebut selanjutnya dapat mendorong wajib pajak untuk lebih bersedia memenuhi kewajiban perpajakannya secara tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah keyakinan bahwa sistem perpajakan mudah diakses, dipahami, dan digunakan. Konsep ini diadaptasi pada penggunaan layanan digital, termasuk Coretax DJP, melalui kemudahan akses, kemudahan memahami alur penggunaan, dan kemudahan menjalankan proses perpajakan. Masdar (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan demikian, semakin kecil usaha yang dirasakan dalam menggunakan sistem, semakin besar peluang terbentuknya keyakinan dan keputusan untuk memenuhi kewajiban.

Transparansi Perpajakan

Transparansi perpajakan merujuk pada keterbukaan informasi, kejelasan prosedur, kejelasan kebijakan, serta keterbukaan pengelolaan pajak. Al-Maghrebi et al. (2022) menempatkan transparansi sebagai salah satu determinan yang berinteraksi dengan kepercayaan dan kepatuhan. Temuan Hidayah dan Puspitosari (2024) serta Faramedina dan Lestari (2025) memperkuat relevansi keterbukaan dan persepsi keadilan dalam perilaku perpajakan, sementara Jama et al. (2025) menyoroti keterkaitan perkembangan aplikasi dan kebijakan perpajakan dengan kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan.

Kepercayaan sebagai Variabel Intervening

Kepercayaan wajib pajak adalah keyakinan bahwa pemerintah atau otoritas pajak dapat diandalkan, bekerja untuk kepentingan masyarakat, dan menjalankan sistem secara transparan (Appiah et al., 2024). Kepercayaan relevan sebagai variabel intervening karena kualitas pengalaman layanan, kemudahan prosedur, dan transparansi belum tentu langsung menghasilkan tindakan apabila tidak diikuti keyakinan terhadap institusi. Set dan Putri (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan kepada otoritas pajak berpengaruh positif terhadap kemauan membayar dan kepatuhan, sehingga kepercayaan dapat menjelaskan proses psikologis dari pengalaman administratif menuju keputusan membayar.

Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

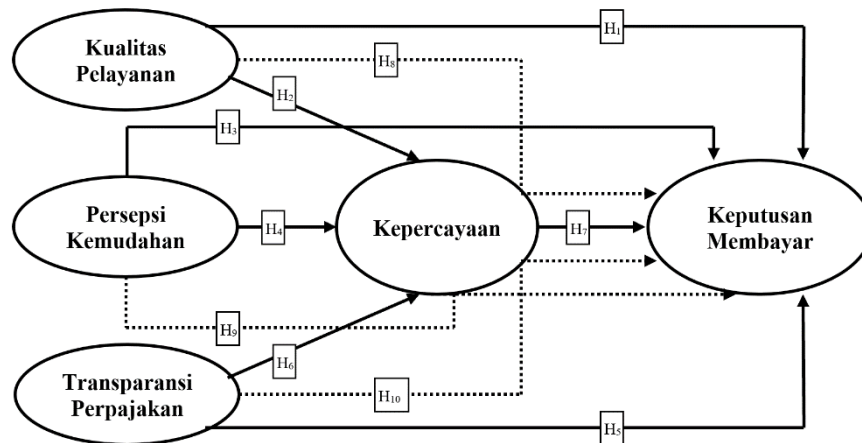
Secara empiris, Remilan et al. (2024) menguatkan hubungan kualitas layanan dan transparansi dengan kepatuhan pajak; Masdar (2024) mendukung peran kemudahan penggunaan sistem; Appiah et al. (2024) menegaskan posisi kepercayaan pemerintah dalam voluntary tax compliance; serta Set dan Putri (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan dapat bekerja melalui kemauan membayar. Rangkaian temuan ini membentuk dasar bahwa kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan berpotensi memengaruhi keputusan membayar baik secara langsung maupun melalui kepercayaan.

Model penelitian juga mempertimbangkan bahwa antecedent yang berbeda dapat menghasilkan kekuatan pengaruh yang berbeda. Kualitas pelayanan merepresentasikan pengalaman interaksi langsung, persepsi kemudahan menggambarkan beban penggunaan sistem, sedangkan transparansi menunjukkan keterbukaan institusional. Ketiganya diperkirakan memperkuat kepercayaan, dan kepercayaan selanjutnya mendorong keputusan membayar pajak. Struktur hubungan tersebut menjadi dasar pengujian sepuluh hipotesis pada kerangka konseptual.

Penempatan kepercayaan sebagai mediator menjadi pembeda utama model ini. Jika pengaruh tidak langsung tetap signifikan ketika jalur langsung juga signifikan, maka keputusan membayar tidak hanya dijelaskan oleh penilaian langsung atas layanan, sistem, dan transparansi, tetapi juga oleh proses pembentukan kepercayaan terhadap otoritas pajak.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H3: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H4: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H5: Transparansi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H6: Transparansi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H7: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H8: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak melalui kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H9: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak melalui kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.
- H10: Transparansi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak melalui kepercayaan pada wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah.

METODE PENELITIAN

Desain dan Lokasi Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan terhadap keputusan membayar pajak dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan di KPP Pratama Medan Petisah, Jalan Asrama No. 7A, Kelurahan Sei Sikambing C II, Kecamatan Medan Helvetia, Kota Medan, selama Mei-Agustus 2026.

Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan

Populasi penelitian berjumlah 14.675 wajib pajak orang pribadi aktif yang berada di Kelurahan Sunggal, Sei Sikambing B, dan Tanjung Rejo. Ukuran sampel ditentukan dengan mengacu pada tabel Krejcie dan Morgan (1970); untuk populasi yang mendekati 15.000 diperoleh kebutuhan sampel 375 responden. Responden dipilih secara purposive dengan kriteria terdaftar pada KPP Pratama Medan Petisah, berstatus wajib pajak orang pribadi, dan masih aktif, sehingga informasi yang diberikan relevan dengan pengalaman layanan serta pemenuhan kewajiban perpajakan.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Data yang dianalisis merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert. Instrumen mengukur kualitas pelayanan melalui lima indikator, persepsi kemudahan melalui tiga indikator, transparansi perpajakan melalui empat indikator, kepercayaan melalui tiga indikator, dan

keputusan membayar melalui lima indikator sebagaimana dirumuskan pada landasan teori. Pengumpulan data diarahkan pada pengalaman aktual responden terhadap layanan, sistem digital, keterbukaan informasi, kepercayaan, dan keputusan membayar pajak.

Analisis Data

Analisis dilakukan dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 3.0. Model pengukuran dievaluasi melalui outer loading, Cronbach's alpha, composite reliability, dan Average Variance Extracted (AVE). Model struktural dievaluasi menggunakan koefisien determinasi (R^2), path coefficients, t-statistics, p-values, dan specific indirect effects. Hipotesis dinyatakan signifikan ketika t-statistic melebihi 1,96 dan p-value berada di bawah 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan indikator dan konstruk memenuhi kualitas pengukuran sebelum model struktural dianalisis.

Validitas Konvergen

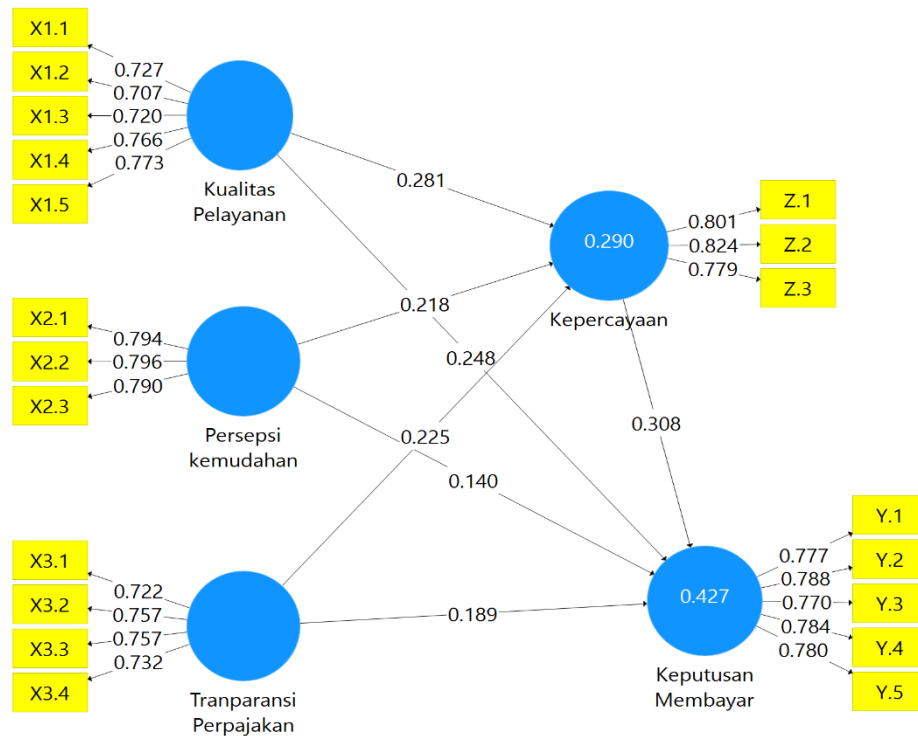
Table 1. Nilai Outer Loadings

NO	Kepercayaan	Keputusan Membayar	Kualitas Pelayanan	Persepsi Kemudahan	Transparansi Perpajakan
X1.1			0,727		
X1.2			0,707		
X1.3			0,720		
X1.4			0,766		
X1.5			0,773		
X2.1				0,794	
X2.2				0,796	
X2.3				0,790	
X3.1					0,722
X3.2					0,757
X3.3					0,757
X3.4					0,732
Y.1		0,777			
Y.2		0,788			
Y.3		0,770			
Y.4		0,784			
Y.5		0,780			
Z.1	0,801				
Z.2	0,824				
Z.3	0,779				

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Tabel 1 menunjukkan seluruh indikator memiliki outer loading pada rentang 0,707-0,824. Tidak terdapat indikator dengan loading di bawah 0,70, sehingga setiap item memberikan kontribusi yang memadai terhadap konstruk yang diukurnya. Pola ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, transparansi perpajakan, kepercayaan, dan keputusan membayar telah direpresentasikan secara konsisten oleh indikator masing-masing.

Gambar 2. Outer Loading



Berdasarkan koefisien jalur pada model, hubungan struktural dirumuskan dalam dua substruktur sebagai berikut.

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

$$Z = 0,281X_1 + 0,218X_2 + 0,225X_3 + e_1$$

Untuk substruktur 2:

$$Y = \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + \beta_4 X_3 + \beta Z + e_2$$

$$Y = 0,248X_1 + 0,140X_2 + 0,189X_3 + 0,308Z + e_2$$

Reliabilitas Konstruk

Tabel 2. Uji Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepercayaan	0,723	0,727	0,844	0,643
Keputusan Membayar	0,839	0,840	0,886	0,609
Kualitas Pelayanan	0,792	0,797	0,857	0,546
Persepsi kemudahan	0,707	0,708	0,836	0,629
Tranparansi Perpajakan	0,728	0,728	0,831	0,551

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Hasil pada Tabel 2 memperlihatkan Cronbach's alpha sebesar 0,707-0,839, composite reliability sebesar 0,831-0,886, dan AVE sebesar 0,546-0,643. Nilai-nilai tersebut menunjukkan konsistensi internal yang baik pada seluruh konstruk, sehingga instrumen layak dilanjutkan ke pengujian model struktural.

Koefisien Determinasi (R²)

Kemampuan model menjelaskan variabel endogen dievaluasi melalui nilai R-square sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan	0,290	0,284
Keputusan Membayar	0,427	0,421

Sumber: Smart PLS, 2025

Nilai R^2 kepercayaan sebesar 0,290 dengan R^2 adjusted 0,284 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan menjelaskan 29,0% variasi kepercayaan. Nilai R^2 keputusan membayar sebesar 0,427 dengan R^2 adjusted 0,421 menunjukkan bahwa ketiga variabel eksogen bersama kepercayaan menjelaskan 42,7% variasi keputusan membayar. Dengan demikian, masih terdapat variasi yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model, namun model telah menangkap bagian penting dari mekanisme pembentukan kepercayaan dan keputusan membayar.

Pengaruh Langsung Antarvariabel

Pengaruh langsung antarvariabel dianalisis melalui path coefficients, t-statistics, dan p-values pada Tabel 4.

Tabel 4. Path Coefficients (Pengaruh Langsung)

	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan -> Keputusan Membayar	0,248	6,276	0,000	Diterima
Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan	0,281	5,507	0,000	Diterima
Persepsi kemudahan -> Keputusan Membayar	0,140	3,040	0,002	Diterima
Persepsi kemudahan -> Kepercayaan	0,218	4,578	0,000	Diterima
Transparansi Perpajakan -> Keputusan Membayar	0,189	3,715	0,000	Diterima
Transparansi Perpajakan -> Kepercayaan	0,225	4,329	0,000	Diterima
Kepercayaan -> Keputusan Membayar	0,308	6,891	0,000	Diterima

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh tujuh jalur langsung yang diuji memiliki arah positif dan signifikan. Kepercayaan memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap keputusan membayar ($\beta = 0,308$; $t = 6,891$; $p < 0,001$). Di antara variabel eksogen, kualitas pelayanan memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan membayar ($\beta = 0,248$), disusul transparansi perpajakan ($\beta = 0,189$) dan persepsi kemudahan ($\beta = 0,140$). Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan membayar tidak hanya bergantung pada kemudahan sistem atau keterbukaan informasi, tetapi sangat dipengaruhi oleh evaluasi wajib pajak terhadap mutu interaksi layanan dan tingkat kepercayaan kepada otoritas pajak.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan juga merupakan yang terkuat di antara tiga antecedent ($\beta = 0,281$; $t = 5,507$; $p < 0,001$), sementara transparansi perpajakan ($\beta = 0,225$; $t = 4,329$; $p < 0,001$) dan persepsi kemudahan ($\beta = 0,218$; $t = 4,578$; $p < 0,001$) tetap memberikan kontribusi signifikan. Pola ini konsisten dengan pandangan bahwa pengalaman layanan yang andal dan responsif membangun penilaian institusional yang positif, sedangkan kemudahan serta transparansi memperkuat rasa dapat mengandalkan sistem (Suryantara & Setyawan, 2023; Al-Maghrebi et al., 2022).

Hasil tersebut juga sejalan dengan bukti empiris pada konteks perpajakan: Remilan et al. (2024) menempatkan kualitas layanan dan transparansi sebagai faktor yang mendukung kepatuhan, Masdar (2024) menunjukkan pentingnya kemudahan penggunaan layanan elektronik, dan Appiah et al. (2024) menegaskan peran trust in government dalam voluntary tax compliance.

Dengan demikian, ketiga antecedent bekerja melalui dua jalur yang saling melengkapi: mendorong keputusan secara langsung dan membentuk kepercayaan yang selanjutnya memperkuat keputusan membayar.

Pengaruh Tidak Langsung dan Peran Mediasi

Peran mediasi kepercayaan diuji melalui specific indirect effects pada Tabel 5.

Table 5. Specific Indirect Effects (Pengaruh Tidak Langsung)

	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan -> Keputusan Membayar	0,086	4,311	0,000	Diterima
Persepsi kemudahan -> Kepercayaan -> Keputusan Membayar	0,067	3,650	0,000	Diterima
Transparansi Perpajakan -> Kepercayaan -> Keputusan Membayar	0,069	3,378	0,001	Diterima

Sumber: Smart PLS, 2025

Ketiga pengaruh tidak langsung signifikan. Kualitas pelayanan memengaruhi keputusan membayar melalui kepercayaan sebesar 0,086 ($t = 4,311$; $p < 0,001$), persepsi kemudahan sebesar 0,067 ($t = 3,650$; $p < 0,001$), dan transparansi perpajakan sebesar 0,069 ($t = 3,378$; $p = 0,001$). Karena jalur langsung ketiga variabel menuju keputusan membayar juga tetap signifikan, pola hasil menunjukkan mediasi parsial: kepercayaan memperkuat pengaruh layanan, kemudahan, dan transparansi tanpa menghilangkan pengaruh langsung ketiganya.

Secara substantif, temuan mediasi menjelaskan bahwa peningkatan mutu layanan atau keterbukaan informasi tidak cukup dipahami sebagai perbaikan administratif semata. Dampaknya terhadap keputusan membayar menjadi lebih kuat ketika perbaikan tersebut diterjemahkan oleh wajib pajak menjadi keyakinan bahwa otoritas pajak dapat diandalkan. Hal ini selaras dengan Al-Maghrebi et al. (2022), Appiah et al. (2024), dan Set dan Putri (2025) yang menempatkan kepercayaan sebagai unsur penting dalam perilaku kepatuhan. Kebaruan logis penelitian ini terletak pada bukti bahwa tiga sumber pengalaman wajib pajak yang berbeda - pelayanan, kemudahan, dan transparansi - dapat bermuara pada mekanisme kepercayaan yang sama dalam membentuk keputusan membayar.

Sintesis Temuan

Keseluruhan hasil memperlihatkan bahwa pembentukan keputusan membayar pajak berlangsung melalui dua lapis mekanisme. Pada lapis pertama, wajib pajak merespons karakteristik layanan dan sistem secara langsung. Kualitas pelayanan memberikan koefisien langsung sebesar 0,248 terhadap keputusan membayar, lebih tinggi dibandingkan transparansi perpajakan sebesar 0,189 dan persepsi kemudahan sebesar 0,140. Pada lapis kedua, ketiga variabel tersebut membentuk kepercayaan, yang selanjutnya memberikan pengaruh langsung terbesar terhadap keputusan membayar sebesar 0,308. Pola koefisien ini menunjukkan bahwa perbaikan administratif memiliki nilai strategis bukan hanya karena memenuhi pemenuhan kewajiban, tetapi karena pengalaman tersebut diproses menjadi penilaian mengenai apakah otoritas pajak layak dipercaya. Dengan kata lain, keputusan membayar tidak hanya merupakan reaksi terhadap prosedur, melainkan juga hasil evaluasi relasional antara wajib pajak dan otoritas pajak.

Temuan tersebut memperluas dialog dengan studi sebelumnya. Remilan et al. (2024) menekankan pentingnya kualitas layanan dan transparansi bagi kepatuhan, sedangkan Masdar (2024) menunjukkan relevansi kemudahan penggunaan sistem elektronik. Penelitian ini menghubungkan ketiga pengalaman tersebut dalam satu struktur yang sama dan memperlihatkan bahwa semuanya tetap signifikan setelah kepercayaan dimasukkan sebagai variabel intervening. Hasil ini sejalan dengan Al-Maghrebi et al. (2022) yang menempatkan transparansi dan trust sebagai determinan yang saling berkaitan, serta Appiah et al. (2024) dan Set dan Putri (2025) yang menegaskan peran kepercayaan dalam perilaku perpajakan. Karena jalur langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan, kepercayaan tidak menggantikan pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan, atau transparansi, melainkan menjadi mekanisme tambahan yang memperbesar daya jelaskan ketiga faktor tersebut terhadap keputusan membayar.

Implikasi Teoretis dan Manajerial

Secara teoretis, hasil penelitian mendukung pemahaman bahwa keputusan membayar pajak perlu dijelaskan melalui kombinasi faktor fungsional dan institusional. Faktor fungsional tercermin pada kualitas pelayanan serta kemudahan sistem, sedangkan faktor institusional tercermin pada transparansi dan kepercayaan. Integrasi tersebut penting karena wajib pajak dapat menilai bahwa sistem mudah digunakan, tetapi belum tentu terdorong untuk membayar apabila institusi tidak dipersepsikan dapat dipercaya; sebaliknya, kepercayaan yang tinggi dapat kehilangan kekuatan apabila prosedur tetap sulit dan pelayanan tidak responsif. Nilai R^2 sebesar 0,290 pada kepercayaan dan 0,427 pada keputusan

membayar juga menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas yang bermakna sekaligus menyisakan ruang bagi faktor lain seperti literasi pajak, kesadaran, moral pajak, keadilan, sanksi, kepuasan, dan efektivitas sistem yang telah diidentifikasi sebagai peluang pengembangan penelitian berikutnya.

Secara manajerial, prioritas perbaikan dapat diarahkan berdasarkan pola kekuatan jalur yang ditemukan. Kualitas pelayanan perlu ditempatkan sebagai fondasi karena menjadi antecedent terkuat bagi kepercayaan dan juga memiliki pengaruh langsung terbesar di antara tiga variabel eksogen terhadap keputusan membayar. Namun, peningkatan layanan harus berjalan bersama penyederhanaan pengalaman digital dan keterbukaan informasi, sebab persepsi kemudahan dan transparansi tetap memberikan pengaruh signifikan baik terhadap kepercayaan maupun keputusan. Strategi yang konsisten antara kualitas interaksi petugas, bantuan penggunaan Coretax, kepastian prosedur, dan komunikasi kebijakan yang transparan berpotensi menciptakan pengalaman wajib pajak yang lebih koheren. Dalam kerangka ini, kepercayaan menjadi keluaran antara yang perlu dipelihara secara berkelanjutan karena terbukti meneruskan pengaruh ketiga aspek administratif menuju keputusan membayar pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menjawab tujuan penelitian dengan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak serta terhadap kepercayaan wajib pajak di KPP Pratama Medan Petisah. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar pajak. Selain itu, kepercayaan memediasi secara signifikan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi kemudahan, dan transparansi perpajakan terhadap keputusan membayar pajak. Dengan demikian, keputusan membayar terbentuk melalui kombinasi pengalaman administratif yang baik dan keyakinan bahwa otoritas pajak dapat dipercaya.

Di antara jalur yang diuji, kepercayaan memberikan pengaruh langsung terbesar terhadap keputusan membayar, sementara kualitas pelayanan menjadi antecedent terkuat bagi kepercayaan. Temuan ini menegaskan bahwa strategi peningkatan keputusan membayar perlu mengintegrasikan mutu pelayanan, kemudahan sistem, keterbukaan informasi, dan pembangunan kepercayaan, bukan memperlakukan keempat unsur tersebut sebagai intervensi yang terpisah.

Saran

KPP Pratama Medan Petisah disarankan memprioritaskan pelayanan yang cepat, akurat, responsif, ramah, dan solutif; menyediakan panduan serta bantuan teknis yang sederhana untuk layanan digital seperti Coretax DJP; dan menyampaikan prosedur, batas waktu, perubahan kebijakan, serta informasi perpajakan secara terbuka dan mudah dipahami. Pelaksanaan ketiga langkah tersebut perlu diarahkan secara konsisten untuk memperkuat kepercayaan wajib pajak, karena kepercayaan terbukti menjadi penghubung penting antara pengalaman layanan dan keputusan membayar.

Keterbatasan penelitian terletak pada cakupan responden yang hanya mencakup wajib pajak orang pribadi aktif pada tiga kelurahan di wilayah KPP Pratama Medan Petisah serta pada kemampuan model yang menjelaskan 29,0% variasi kepercayaan dan 42,7% variasi keputusan membayar. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek pada KPP lain, wajib pajak badan, atau pelaku UMKM dan memasukkan variabel lain yang telah disebutkan dalam naskah, seperti literasi pajak, kesadaran pajak, sanksi perpajakan, moral pajak, persepsi keadilan, kepuasan wajib pajak, dan efektivitas sistem perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maghrebi, M. S., Sapiei, N. S., & Abdullah, M. (2022). Power, trust, and transparency as determinant factors of tax compliance: A systematic review. *Journal of Tax Reform*, 8(3), 312–335.
- Appiah, T., Domeher, D., & Agana, J. A. (2024). Tax knowledge, trust in government, and voluntary tax compliance: Insights from an emerging economy. *SAGE Open*, 14(2).
<https://doi.org/10.1177/21582440241234757>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024, May 3). Kinerja penyampaian SPT Tahunan Badan 30 April 2024.
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.). Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Petisah.
- Farmedina, N., & Lestari, U. P. (2025). Pengaruh religiusitas, norma subjektif, keadilan pajak, kompleksitas pajak, dan transparansi perpajakan terhadap kewajiban moral wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Paymentpoint Surabaya Selatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 49–67.
- Hidayah, A. N., & Puspitosari, I. (2024). Memahami perilaku kepatuhan pajak dengan persepsi teori atribusi. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1), 41–61.

- Jama, A. K., Priyatna, H. N., & Tampubolon, A. S. (2025). Dampak perkembangan aplikasi dan kebijakan perpajakan terhadap kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan Indonesia. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi (JRIE)*, 1(1), 39–49.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Masdar, N. A. (2024). Analisis teori TAM terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Makassar Utara. *Restitusi: Jurnal Riset Perpajakan*, 3(1). <https://doi.org/10.33096/restitusi.v3i1.1109>
- Remilan, S., Konde, Y. T., & Yusuf, A. M. (2024). The influence of tax authority's service quality and tax transparency on taxpayer compliance. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (INJECTS)*, 5(1), 39–44.
- Saptono, P. B., & Khozen, I. (2023). What determines the tax compliance intention of individual taxpayers receiving COVID-19-related benefits? Insights from Indonesia. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 43(11–12), 1190–1217. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-02-2023-0045>
- Set, S., & Putri, R. P. (2025). Pengaruh kepercayaan kepada otoritas pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kemauan membayar pajak sebagai variabel intervening. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 22(1), 55–66.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-30). Alfabeta.
- Suryantara, I. G., & Setyawan, I. G. M. (2023). Mengukur tingkat kepuasan wajib pajak terhadap layanan perpajakan di Kantor Pelayanan Pajak Madya Denpasar. *Info Artha*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.31092/jia.v7i1.2162>